

**PENGARUH LABELISASI HALAL MUI, HARGA, DAN LOKASI PADA  
RESTORAN CEPAT SAJI KFC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Malang)

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan**

**Memperoleh Derajat Gelar S-1**

**Program Studi Ekonomi Syariah**



**Disusun oleh:**

**FEILIA DEFI RULITASARI**

**NIM: 201510510311042**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2019**

**PENGARUH LABELISASI HALAL MUI, HARGA, DAN LOKASI PADA  
RESTORAN CEPAT SAJI KFC TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Malang)

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Derajat Gelar S-1  
Program Studi Ekonomi Syariah**



**Disusun oleh:**

**FEILIA DEFI RULITASARI**

**NIM: 201510510311042**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2019**

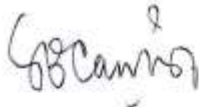
**PENGARUH LABELISASI HALAL MUI, HARGA,  
DAN LOKASI PADA RESTORAN CEPAT SAJI KFC  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
(Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas  
Muhammadiyah Malang)

**FEILIA DEFI RULITASARI**  
**201510510311042**

Telah disetujui

Pada hari/tanggal, **Jumat / 28 Juni 2019**

Pembimbing I



**Dr. Sri Budi Cantika Yuli, SE., MM**

Pembimbing II



**Arif Luqman Hakim, S.E.I., M.E.**



**Prof. Dr. Yobroni, M.Si**

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah



**Azhar Muttaqin, S.Ag., M.Ag**

# **S K R I P S I**

**FE ILIA DEFI RULITASARI**

**201510510311042**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada hari/tanggal, Jumat/ **28 Juni 2019**  
dan dinyatakan memenuhi syarat sebagai kelengkapan  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
di Program Studi Ekonomi Syariah  
Universitas Muhammadiyah Malang

## **SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

<b>Ketua / Penguji</b>	<b>: Dr. Sri Budi Cantika Yuli, SE,MM</b>
<b>Sekretaris / Penguji</b>	<b>: Arif Luqman Hakim, S.E.I.M.E</b>
<b>Penguji</b>	<b>: Azhar Muttaqin, S.Ag., M.Ag</b>
<b>Penguji</b>	<b>: Atut Frida Agustin, SE., ME</b>

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **FEILIA DEFI RULITASARI**

NIM : 201510510311042

Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Dengan ini mennyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi dengan judul

**Pengaruh Labelisasi Halal MUI, Harga Dan Lokasi Pada Restoran Cepat Saji KFC Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Malang)** Adalah hasil karya saya dan dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Skripsi ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan hak bebas royalti non eksklusif.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 28 Juni 2019

Yang menyatakan



**(FEILIA DEFI RULITASARI)**  
**201510510311042**



## **MOTTO**

**APABILA SESUATU YANG KAU SENANGI TIDAK TERJADI,  
MAKA SENANGILAH APA YANG TERJADI ”**

**(Ali bin Abi Thalib)**



## ABSTRAK

Pokok masalah dalam penelitian ini adalah banyak tersebarnya restoran cepat saji di kota Malang, dengan harga yang bervariasi dan lokasi yang cukup strategis untuk dijangkau, khususnya KFC yang berasal dari negara yang didominasi dengan masyarakat non muslim yang telah tersertifikasi halal membuat penulis ingin mengetahui apakah labelisasi halal MUI, harga dan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Malang.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Variabel yang diteliti terdiri dari Labelisasi Halal MUI (X1), Harga (X2), Lokasi (X3) dan keputusan pembelian (Y). Adapun sumber data yaitu data primer dengan skala likert atau kuesioner.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara labelisasi halal MUI, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada restoran cepat saji KFC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel X tersebut memiliki pengaruh sebesar 43,7%, yang mana terdapat 56,3% dipengaruhi oleh variabel di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Implementasi dari penelitian ini adalah hendaknya mahasiswa ekonomi syariah ataupun pembeli lebih sadar dan peduli akan pentingnya memperhatikan produk yang akan kita konsumsi terlebih kehalalan suatu produk yang mana juga berdampak positif bagi tubuh kita.

**Kata kunci:** *Labelisasi Halal MUI, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian, Regresi Linier Berganda.*

## ABSTRACT

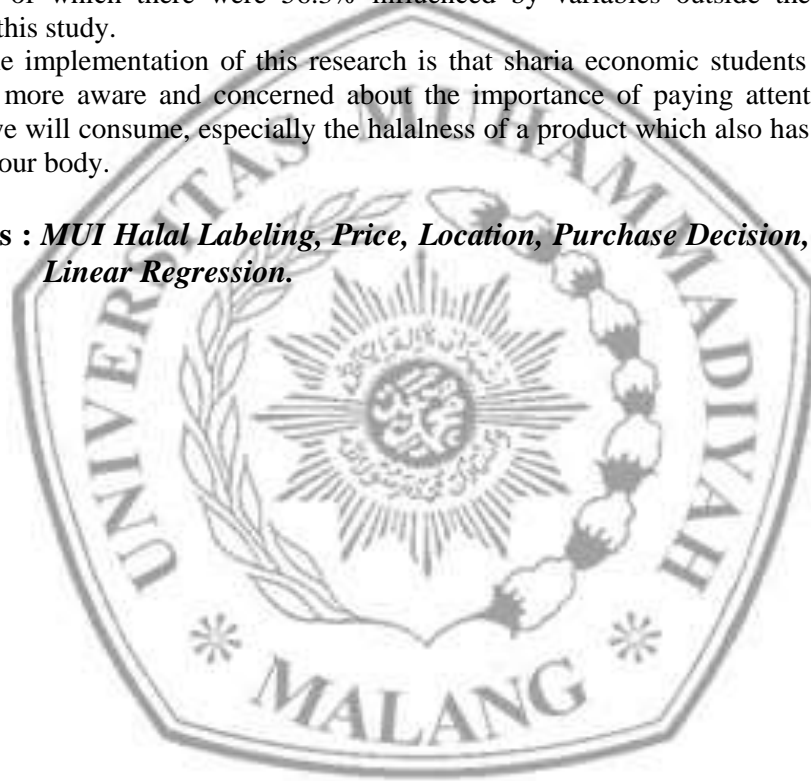
The main problem in this study is that there are many fast food restaurants in Malang, with prices that vary and locations that are quite strategic to reach, especially KFC from countries dominated by non-Muslim communities that have halal certification, making the authors want to know whether labeling halal MUI, price and location have influence on purchasing decisions of students of Islamic Economics at the University of Muhammadiyah Malang.

This type of research uses associative quantitative methods. The variables studied consisted of MUI Halal Labeling (X1), Price (X2), Location (X3) and purchasing decisions (Y). The data sources are primary data with a Likert scale or questionnaire.

This study uses multiple linear regression analysis to determine whether there is an influence between halal labeling of MUI, price and location of purchasing decisions at KFC fast food restaurants. The results showed that the three variables X had an influence of 43.7%, of which there were 56.3% influenced by variables outside the variables studied in this study.

The implementation of this research is that sharia economic students or buyers should be more aware and concerned about the importance of paying attention to the products we will consume, especially the halalness of a product which also has a positive impact on our body.

**Keywords :** *MUI Halal Labeling, Price, Location, Purchase Decision, Multiple Linear Regression.*





## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas berkah rahmat dan karunianya akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Tulisan sederhana ini sebagai karunia Allah SWT kepadaku, wujud syukur kepada Allah SWT, rasa syukur kupersembahkan untuk (Alm) Ayah tercinta Gunarta yang dulu semasa hidupnya pribadinya yang tidak banyak kata namun selalu menyebut anaknya di setiap doanya dan Ibu tercinta Rumini yang selalu memberikan doanya serta memotifasi saya hingga saya menjadi pribadi yang lebih baik lagi, terimakasih atas kegigihan ibu yang luar biasa, serta kakak saya Fasta Agustia Rulitagunar yang selalu menjadi pendengar setia saya dan memotifasi saya disega situasi serta selalu memberi dukungan.

Penyusunan tugas akhir ini pula tidak lepas dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulisan skripsi ini peneliti ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. H. Fauzan M.Pd selaku rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Tobroni, M.Ag selaku dekan Fakultas Agama Islam.
3. Azhar Muttaqin, M.Ag selaku ketu Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Malang yang memberikan dukungan selama proses penyelesaian skripsi.
4. Ibu Dr.Sri Budi Cantika Yuli, SE, MM selaku dosen pembimbing 1 dan bapak Arif Luqman Hakim, S.E.I.M.E selaku dosen pembimbing 2 yang meluangkan waktu dan membimbing dengan sabar, memberikan arahan dengan baik sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/ Ibu Dosen Ekonomi Syariah yang telah membagi ilmu selama proses perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap dosen-dosen Fakultas Agama Islam beserta staff-staff tata usahanya.
7. Para sahabatku dan teman-temanku semua yang selalu membantu dan memberikan semangat, mendengarkan keluh kesah, menjadi tempat bersandar dan penyemangat ketika rasa malas mulai datang ketika. Dan mengajarkan arti hidup ketika di perantauan.

8. Terima kasih Mbak Zahriya Dan Mbak Amelia yang telah bersedia meluangkan waktu untuk diajak berdiskusi.
9. Terima Kasih teman-teman satu dosen pembimbing yang saling memberikan semangat satu sama lain.
10. Teman-teman Ekonomi Syariah B yang selama ini selalu mendukung dan menghibur terimakasih 4 tahun terindah.
11. Anak kos putri sekar yang selalu menghibur ketika penat datang.

Malang, 28 Juni 2019

Feilia Defi Rulitasari



## TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin yang dipakai dalam skripsi ini berpedoman kepada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tertanggal 22 Januari 1988 No. 158 Tahun 1987, No. 0543bb/U/1987.

Pedomannya sebagai berikut:

No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan
2	ب	b
3	ت	t
4	ث	ṡ
5	ج	j
6	ح	ḥ
7	خ	kh
8	د	d
9	ذ	z
10	ر	r
11	ز	z
12	س	s
13	ش	sy
14	ص	ṣ
15	ض	ḍ

No	Arab	Latin
16	ط	ṭ
17	ظ	ẓ
18	ع	‘
19	غ	g
20	ف	f
21	ق	q
22	ك	k
23	ل	l
24	م	m
25	ن	n
26	و	w
27	ه	h
28	ء	’
29	ي	y

### 2. Vokal Pendek

اَ = a	كَتَبَ kataba	اَ... = ā	قَالَ qāla
اِ = i	سُئِلَ su’ila	اِيْ = ī	قِيلَ qīla
اُ = u	يَذْهَبُ yaẓhabu	اُوْ = ū	يَقُولُ yaqūlu

### 3. Vokal Panjang

### 4. Diftong

اَيْ = ai	كَيْفَ kaifa
اُوْ = au	حَوْلَ ḥaula

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>TRANSLITERASI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Batasan Masalah.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	9
2.2. Kerangka Teoritis Masalah Penelitian .....	12
2.2.1 Makanan Cepat Saji .....	12
2.2.2 Perilaku Konsumen .....	13
2.2.3 Perilaku Konsumen Muslim.....	14
2.2.4 Pengertian Label dan Labelisasi Halal .....	17
2.2.5 Harga .....	25

2.2.6 Lokasi .....	29
2.2.7 Keputusan Pembelian.....	31
2.3 Kerangka Penelitian .....	40
2.4 Hipotesis .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Pendekatan dan Jenis Metode .....	42
3.2 Populasi dan Sampel .....	42
3.3 Objek Penelitian .....	44
3.4 Operasionalisasi Variabel .....	44
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	46
3.6 Analisis Data.....	47
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan KFC .....	52
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	52
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	52
4.1.3 Struktur Organisasi KFC Indonesia .....	53
4.1.4 Karakteristik Responden .....	54
4.2 Hasil Analisis Data .....	56
4.2.1 Pengujian Instrumen Penelitian .....	56
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	56
4.2.3 Uji Regresi Berganda.....	60
4.2.4 Uji Hipotesis .....	61
4.3 Pembahasan .....	65
4.4 Diskusi .....	67
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Angkatan .....	55
Tabel 4.3 Frekuensi Pembelian Produk KFC.....	55
Tabel 4.4 Uji Validitas .....	56
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.7 Coefficients .....	59
Tabel 4.8 Uji Regresi Linier Berganda .....	60
Tabel 4.9 Uji Determinasi.....	62
Tabel 4.10 Uji T.....	62
Tabel 4.11 Uji F.....	64





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	37
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	53
Gambar 4.2 Uji Heteroskedas .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian .....	76
Lampiran II Rekap mahasiswa Ekonomi Syariah 2015 .....	79
Lampiran III Data Dari SPSS .....	96



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Arti nomer sertifikat halal dan kode wilayah LPPOM MUI. (2019, Maret 10). Diambil kembali dari <http://sanguilmu.com/arti-nomer-sertifikat-halal-dan-kode-wilayah-lppom-mui/>
- Al Afifah, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Skripsi Sarjana Ekonomi UIN Raden Fatah*, 62.
- Amirullah SE, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Amirullah. (2002). *Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Antri, K. R. (2014). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Satra Mas Tabanan. *Vol.4 No.1*.
- Burhanuddin. (2011). *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikat Halal Malang*. Malang: UIN Maliki Press .
- Depag, B. P. (2003). *Petunjuk Teknis Sistem Produksi Halal*. Jakarta: Depag.
- Fandy, T. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Faradiba, & Astuti, S. R. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Jurnal Diponegoro Vol.2 No.3*, 1-11.
- Husnul, T. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk KFC*. Makassar.
- Halal MUI. (2019, februari 19). Diambil kembali dari [http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/55/1360/page/1](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/55/1360/page/1)
- Halal MUI. (2019, Februari 19). Diambil kembali dari [http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/55/1360/page/1](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/55/1360/page/1)
- Hasan, S. ( 2014). *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif Regulasi dan Implementasi di Indonesia*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Kotler , P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1*. 2009: Erlangga.
- (2019, Februari 18). Diambil kembali dari <http://www.djk.esdm.go.id/pdf/Coffe%20Morning/Januari%202018/Paparan%20Kementrian%20Perdagangan> (2019).

- Kotler, & Amstrong. (2003). *Perilaku Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Sembilan*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi 2*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium I*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Karim, A. (2012). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Rajawali Press.
- Laksana, F. (2008). *Menejemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Laksana, F. (2008). *Menejemen Pemasaran Pedekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Leksana, F. (2008). *Menejemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lembaga pengkajian pangan, obat-obatan dan kosmetika Majelis Ulama Indonesia. (2019, Februari 25). Diambil kembali dari [http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/61/22726/page/2](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/61/22726/page/2)
- Masyhuri, & Zainuddin. (2011). *Metode Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Media Perustakaan Bung Karno. (t.thn.). *Bulletin Perpustakaan Bung Karno Th.VII/Vol.1/2015*, 29.
- Nugroho, S. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Pudjiastuti, W. (2015). *Social Marketing: Strategi Jitu Mengatasi Masalah Sosial di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Purnamasari, T. I. (2005). Sertifikasi dan Labelisasi Produk Pangan Halal dalam Rangka Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia. *Istinbath No.1 Vol.3*, 48.
- Prof.Dr.Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Qardhawi, Y. (2007). *Halal dan Haram dalam Islam*. Surakarta: Era Intermedia.
- Rambe, Y. M., & Afifudin, S. (2012). Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim.
- Rizqia, F. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Halal Good.

- Setiadi, N. (2003). *Perilaku Konsumen Cet 5*. Jakarta: Kencana.
- Stanton, W. (2005). *Prinsip Pemasaran Cetakan ke Tujuh*. Jakarta: Erlangga.
- Suarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran Edisi 2 Cetakan 1*. Jakarta: Graha Indonesia.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi Dan Kasus*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, D. (2013). *Kuesioner dan Analisis Data untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif cetakan 1*. Bandung: Kencana.
- Sugiyono. (1999). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Al-Fabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjahyono, A., & dkk. (2012). Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita. *Jurnal Manajemen Petra, Vol 1 No.1*.
- Tarigan, E. D. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. *Konsep Bisnis dan Manajemen Vol 3, No 1*.
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptoresmi, E., & Suhodo, D. S. (2014). *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global: Perilaku Produsen dalam Memproduksi Produk Halal*. Lipi Press.
- tafsir surat al baqarah ayat 168*. (2019, Februari 19). Diambil kembali dari <http://tafsirweb.com/650-surat-al-baqarah-ayat-168.html>
- Urgensi ketersediaan pangan halal*. (2019, januari 22). Diambil kembali dari [prasetya.ub.ac.id:https://prasetya.ub.ac.id/berita/URGensi-KETERSEDIAAN-PANGAN-HALAL-8387-ID.html](https://prasetya.ub.ac.id:https://prasetya.ub.ac.id/berita/URGensi-KETERSEDIAAN-PANGAN-HALAL-8387-ID.html)
- (2019, februari 27). Diambil kembali dari [travel.tribunnews: http://travel.tribunnews.com/2018/09/16/10-restoran-favorit-orang-indonesia-tempat-makan-favorit-kalian-ada-di-urutan-berapa](http://travel.tribunnews.com/2018/09/16/10-restoran-favorit-orang-indonesia-tempat-makan-favorit-kalian-ada-di-urutan-berapa)
- (2019, januari 22). Diambil kembali dari <http://alquran-indonesia.com?index.php?surah=5&a=88>
- (2019, Februari 12). Diambil kembali dari [www.halalmui.org](http://www.halalmui.org)

(2019, Mei 14). Diambil kembali dari [http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/701/jbptunikompp-gdl-trianisapu-35017-9-unikom\\_t-i.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/701/jbptunikompp-gdl-trianisapu-35017-9-unikom_t-i.pdf),

(2019, Mei 14). Diambil kembali dari [https://en.oxforddictionaries.com/definition/fast\\_food](https://en.oxforddictionaries.com/definition/fast_food),

(2019, Mei 14). Diambil kembali dari <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/31100/5/Chapter%20II.pdf>.







**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Prodi. Tarbiyah - Prodi. Syari'ah - Prodi. Ekonomi Syari'ah - Prodi. Pend. Bahasa Arab  
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Telp. (0341) 464318 Psw.171-173 Fax (0341) 460782 Malang 65144  
http://www.umm.ac.id • E-Mail : [fa@umm.ac.id](mailto:fa@umm.ac.id) Website : [agamaislam.umm.ac.id](http://agamaislam.umm.ac.id)

**FROM CEK PLAGIASI LAPORAN TUGAS AKHIR**

Nama Mahasiswa : Felia Defi Pulwani  
NIM : 20110510311092  
Judul TA : Pengaruh Labelisasi Halal MUI, Harga, Dan Lokasi Pada Restoran Cepat saji KFC terhadap keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Malang)

Hasil Cek Plagiarisme dengan Turnitin

NO	Komponen Pengecekan	Nilai Maksimal	Hasil Cek Plagiasi (%)
1.	Bab I : Pendahuluan	10%	10 %
2.	Bab II : Studi Pustaka	25%	16 %
3.	Bab III : Metodologi Penelitian	35%	29 %
4.	Bab IV : Hasil Penelitian	15%	3 %
5.	Bab V : Penutup	5%	2 %

Dosen Pembimbing I

(Dr. Sri Budi Contika Yuli, S.E., MM)

Dosen Pembimbing II

(Arif Nugman Hakim, S.E., M.E)

Mengetahui  
  
(Rendi Ekos, S.Ag., M.Ag)